

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAMI TERHADAP  
PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1  
dalam Ekonomi Islam**

**Oleh**

**Khirjudin Aqlis  
NPM. 1451010062**

**Jurusan : Ekonomi Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442H/2020**

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP  
PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ekonomi Islam**



**Pembimbing I : Dr. H. Nasruddin, M.Ag.**

**Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I., M.E.Sy**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442H/2020M**

## Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan bisnis yang saat ini begitu tinggi, yang mana para pelaku bisnis tentu akan melakukan bermacam cara untuk mendapat keuntungan bahkan terkadang para pelaku bisnis pun tidak memeperdulikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Biasanya hal ini rawan terjadi pada pedagang yang ada di pasar tradisional dalam melakukan perdagangannya seperti contoh, banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya sehingga melakukan penyimpangan dalam memperoleh keuntungan ketika melakukan perdagangan dengan merubah takaran, mengoplos barang kualitas baik dengan buruk. Penelitian ini dilakukan pada salah satu pasar tradisional di Bandar Lampung yakni dipasar Koga Bandar Lampung.

Rumusan masalah yang di angkat dalam penelitian ini ialah, 1) Bagaimana pemahaman etika bisnis islami pedagang di pasar Koga Bandar Lampung?, 2) Bagaimana penerapan etika bisnis islami pada pedagang hasil bumi di pasar Koga Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi Islam?. Kemudian tujuan dari penelitian ini ialah, 1) Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islami oleh pedagang muslim di pasar Koga Bandar Lampung, 2) Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islami terhadap perilaku pedagang muslim dipasar Koga Bandar Lampung.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan mengungkap gejala atau fenomena secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami sebagai sumber langsung lewat keterlibatan peneliti sebagai instrumen kunci. Sampel dalam penelitian ini adalah 27 responden.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemahaman etika bisnis islami pada pedagang, bahwa Pedagang hasil bumi dipasar Koga Bandar Lampung memiliki pemahaman yang cukup baik atas pengetahuannya terhadap etika bisnis islami, yang cara berdagang etika bisnis islami pedagang ketahui ialah cara berdagang yang dilakukan dengan mengikuti apa yang diperintahkan dalam Al-Qur'an dan diajarkan oleh Rasulullah Muhammad SAW. Kemudian penerapan etika bisnis yang dilakukan pedagang, pedagang hasil bumi dipasar Koga Bandar Lampung telah mampu menerapkan etika bisnis islami dalam melakukan perdagangannya. Meskipun demikian ada juga beberapa pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis islami, jika dilihat dari 5 prinsip etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam, karena masih didapatkannya perilaku pedagang hasil bumi dipasar Koga Bandar Lampung tidak menjalankan shalat secara 5 waktu, tidak jujur dalam menjelaskan kualitas dagangan, merubah takaran timbangan.

**Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Perilaku Bisnis.**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarama, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

**PERSETUJUAN**

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP  
PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)**

**Nama Mahasiswa : Khirjudin Aqlis  
Npm : 1451010062  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

**Bandar Lampung,**

**September 2020**

**Pembimbing I**

**Drs. Nasruddin, M.Ag  
NIP. 195809241990031003**

**Pembimbing II**

**Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I., M.E.Sy  
NIP.**

**Ketua Jurusan**

**Madnasir, S.E., M.S.I  
NIP. 197504242002121001**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAMI TERHADAP PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung), di**  
susun oleh : **Khirjudin Aqlis, Npm : 1451010062, program studi : Ekonomi Islam.**

**TIM MUNAQSAH**

Ketua Sidang : **Budimansyah, M.Kom.I**

Penguji 1 : **Hanif, S.E., M.M.**

Penguji 2 : **Dr. H. Nasruddin, M.Ag.**

Sekretaris : **Okta Suprianingsih, S.E., M.E.Sy**

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Dr. Ruslan Abdul Ghafur, M.S.I**

**NIP. 198008012003121001**

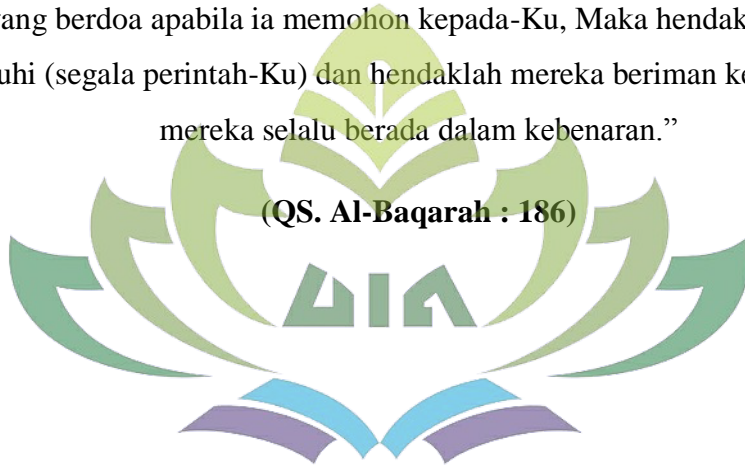
## MOTTO

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي

وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ﴿١٨٦﴾

“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang aku, Maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, Maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran.”

(QS. Al-Baqarah : 186)



## PERSEMBAHAN

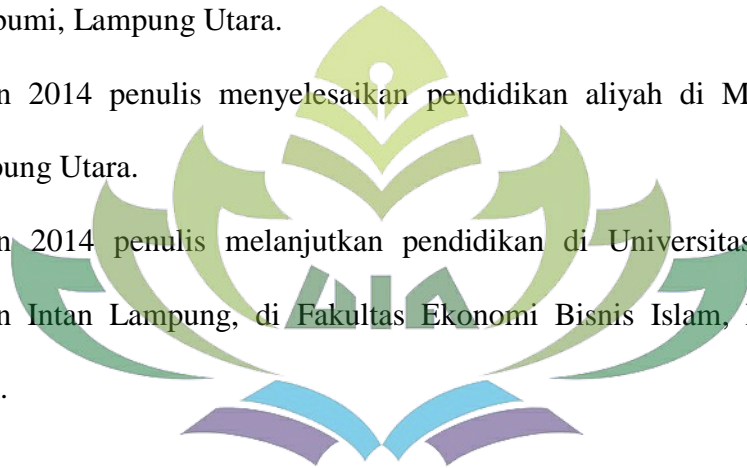
Alhamdulillah segala puji hanyalah milik Allah SWT, atas pertolongan dan kasih sayangNya kepada penulis yang tidak pernah ada henti-hentinya hingga sampai pada saat skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati karya kecil buah pemikiran yang sederhana ini di persembahkan kepada :

1. Bapak (Syukurillah) dan Ibu (Susini), kedua orang tua yang sangat kusayangi yang tidak pernah lelah memberikan do'a, yang selalu menyayangi, serta memotivasi dengan penuh kesabaran hingga sampai menghantarkan saya pada gelar sarjana pendidikan Strata satu (S1). Terimakasih atas kalian Bapak dan Ibu semoga Allah SWT senantiasa selalu menyayangi dan melindungi kalian seperti kalian menyayangi dan melindungiku, juga di berikan kesehatan iman dan fisik, serta rezeki yang berlimpah. Aamiin.
2. Kepada saudara sekandung yang selalu memberikan semangat, do'a, nasehat, dan pengajaran.
3. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan mengajarkan banyak pengetahuan.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis merupakan putra ke empat Bapak Syukurillah dan Ibu Susini dari empat bersuadara, dilahirkan pada tanggal 19 September 1996, di Kotabumi, Lampung Utara dengan diberikan nama Khirjudin Aqlis.

1. Tahun 2008 penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SDN1 Kotabumi, Lampung Utara.
2. Tahun 2011 penulis menyelesaikan pendidikan tsanawiyah di MTSN2 Kotabumi, Lampung Utara.
3. Tahun 2014 penulis menyelesaikan pendidikan aliyah di MAN Kotabumi, Lampung Utara.
4. Tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Islam.





## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang melimpahkan banyak kenikmatan dan kasih sayangNya, sehingga skripsi yang berjudul “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)*” bisa penulis selesaikan. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabiyullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan umatnya yang masih istiqamah dalam agama Islam.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan agar dapat selesainya pendidikan Strata satu (S1), guna memperolehnya gelar (SE). Penulis menyadari bahwa jika tanpa bantuan, arahan, bimbingan dan dukungan tentu skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghafur, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.S.I selaku ketua prodi Ekonomi Islam UIN Raden Intan Lampung, atas segala masukan, arahan, kesabaran dan keikhlasan hati dalam mendukung penulis untuk menyelesaikan tugas skripsi.
3. Bapak Dr. H. Nasruddin, M.Ag. selaku pembimbing satu penulis, atas segala masukan, arahan, kesabaran dan keikhlasan hati dalam membimbing dan mengarahkan selama penulisan skripsi ini.
4. Ibu Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I., M.E.Sy dua penulis, atas segala masukan, arahan, kesabaran dan keikhlasan hati dalam membimbing dan mengarahkan selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

6. Pimpinan dan karyawan perpustakaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut, serta perpustakaan daerah yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain.
7. Bapak Kepala Unit Pengelola Pasar Koga Bandar Lampung yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Rekan-rekan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan dukungan, arahan, nasehat, ayoman dan hal lainnya dalam bentuk penguat agar selesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu tidak lain karena keterbatasan waktu, dan kemampuan yang dimiliki dalam menulis skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.



Bandar Lampung, 4 November 2020

Penulis

Khirjudin Aqlis

Npm: 1451010062

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii

## BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang.....	4
D. Fokus Penelitian.....	10
E. Rumusan Masalah.....	11
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Signifikasi Penelitian.....	11
H. Metode Penelitian.....	12

## BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori.....	17
1. Etika Bisnis .....	17
a. Pengertian Etika Bisnis .....	17
b. Teori Etika Bisnis .....	19
c. Indikator Etika Bisnis .....	21
2. Etika Bisnis Islami .....	23
a. Pengertian Etika Bisnis Islami .....	23
b. Fungsi Etika Bisnis Islami.....	25

c. Prinsip – prinsip Etika Bisnis Islam. ....	26
d. Dasar Hukum Etika Bisnis .....	30
e. Etika Bisnis Rasulullah. ....	31
3. Perilaku Pedagang .....	38
a. Pengertian Perilaku Pedagang .....	38
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang .....	39
4. Pasar .....	41
a. Pengertian Pasar .....	41
b. Jenis-jenis Pasar. ....	42
B. Tinjauan Pustaka .....	45

### **BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Pasar Koga .....	48
1. Letak Geografis Pasar Koga Bandar Lampung. ....	48
2. Sejarah Singkat Pasar Koga Bandar Lampung. ....	48
3. Aktivitas Pedagang Pasar Koga Bandar Lampung. ....	49
4. Struktur pengelola Pasar Koga Bandar Lampung. ....	50
B. Deskripsi Data Penelitian. ....	50
1. Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
2. Berdasarkan Pendidikan .....	51
3. Berdasarkan Usia .....	52
4. Berdasarkan Jenis Dagangan .....	52
5. Berdasarkan Lama Menjadi Pedagang .....	53

### **BAB IV ANALISIS PENELITIAN**

A. Temuan Penelitian .....	54
B. Pembahasan .....	63
1. Pemahaman Pedagang Mengenai Etika Bisnis Islam .....	65
2. Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang .....	65



## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	74
B. Rekomendasi.....	75

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. Jenis Ruko dan Harga Sewa.....</b>	<b>9</b>
<b>Tabel 2. Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 3. Berdasarkan Pendidikan .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. Berdasarkan Usia .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 5. Berdasarkan Jenis Dagangan.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 6. Berdasarkan Lama Menjadi Pedagang.....</b>	<b>54</b>



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal dalam memahami judul skripsi ini, agar dapat menghindari kesalahpahaman, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan beberapa istilah di dalam skripsi. Adanya pembatasan pada arti kalimat dalam skripsi ini dengan harapan dapat memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Adapun judul dari skripsi ini adalah, **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)”**

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan atau perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab duduk perkaranya, dan sebagainya).<sup>1</sup> Oleh karena itu yang akan penulis analisis dalam penelitian ini adalah penerapan etika bisnis islami terhadap perilaku pedagang muslim.
2. Penerapan adalah sebuah tindakan yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.<sup>2</sup>
3. Etika Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara

---

<sup>1</sup> Petter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Perss, 1991), h. 43.

<sup>2</sup> Pius A Partanto, M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer Arkola*, (Surabaya: 2010), h. 30.

memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.<sup>3</sup> Etika Bisnis Islam yang akan di analisis dalam penelitian ini ada pada cara-cara pedagang muslim dalam memperoleh keuntungan.

4. Perilaku pedagang adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dalam kegiatan perdagangan. Pada hakekatnya perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku berelasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya. Tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis (perdagangan).<sup>4</sup> Bentuk perilaku dalam penelitian ini akan di lihat dari etika bisnis yang di terapkan oleh pedagang muslim, karena perilaku merupakan hasil dari sifat seorang pedagang. Maka apabila seorang pedagang menerapkan etika bisnis yang di ajarkan dalam Islam tentu akan menimbulkan perilaku yang sebagaimana layaknya seorang muslim.

5. Ekonomi islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara islam yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian di atas maka yang dimaksud judul skripsi ini adalah sebuah karya ilmiah tentang penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku yang ada pada seorang pedagang dalam melaksanakan

---

<sup>3</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), h. 38.

<sup>4</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 70.

<sup>5</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 17.



perdagangannya guna mendapatkan keuntungan dalam berdagang. Maka dari itu penulis mengangkat judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada pedagang hasil bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)”.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Dalam penulisan skripsi ini penulis perlu memaparkan alasan memilih judul, adapun alasan penulis mengambil judul dalam penelitian adalah sebagai berikut:

### **1. Alasan Objektif**

Secara objektif, penulis tertarik melakukan penelitian ini karena melihat banyaknya pedagang beragama Islam di pasar Koga. Dalam perdagangan tentu akan ada etika dan perilaku, karena etika dan perilaku berperan penting dalam menentukan baik atau buruk disuatu perdagangan. Seorang muslim yang mampu menerapkan etika islaminya dalam berdagang tentu akan menjauhkan kecurangan-kecurangan dalam berdagang. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai analisis penerapan etika bisnis islami terhadap perilaku pedagang.

### **2. Alasan Subjektif**

Secara subjektif, penulis optimis dapat menyelesaikan skripsi ini karena tersedianya literatur di perpustakaan ataupun sumber lainnya seperti jurnal ataupun artikel. Selain itu, pokok pembahasan dalam penelitian ini sesuai dengan program studi yang penulis ambil yaitu Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

### C. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya jaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang pesat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi yang mana persaingan itu tidak terlepas dari etika dan perilaku di dalamnya. Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhannya. Karenanya manusia berusaha untuk memperoleh harta kekayaan itu, salah satunya melalui bekerja. Sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis.<sup>6</sup> Persaingan bisnis saat ini begitu tinggi, para pelaku bisnis tentu akan melakukan bermacam cara untuk mendapat keuntungan bahkan terkadang para pelaku bisnis pun tidak memeperdulikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Biasanya hal ini rawan terjadi pada pedagang yang ada dipasar tradisional dalam melakukan perdagangannya seperti contoh, banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya sehingga melakukan penyimpangan di dalam perdagangannya dengan merubah takaran dalam timbangan, mengoplos barang yang berkualitas baik dengan yang buruk, ataupun mengambil keuntungan dengan cara yang berlebihan agar keuntungan itu menutupi barang yang tidak laku.

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi dengan kata lain islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi ialah agar etika itu sendiri dapat menjadikan sebuah perilaku yang baik bagi seseorang yang beragama islam karena etika dan perilaku selalu berkaitan

---

<sup>6</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam ....*, h. 17.

dalam kehidupan bagi orang islam. Pada dasarnya, Islam di turunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Etika Islam memberikan sangsi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi.<sup>7</sup>

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam. Sedangkan perilaku memiliki arti yang luas maka dapat di katakan bahwa perilaku bukan hanya mencakup segenap pernyataan, ungkapan melainkan juga perbuatan karena perilaku juga dapat diartikan sebagai tingkah laku yang memiliki nilai seperti kejujuran, kebenaran, keadilan dan cinta kasih yang mana perilaku ini dihasilkan dari pada nilai-nilai etika yang ada pada Islam yang telah di jalankan dalam kehidupan manusia. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat perilaku manusia seutuhnya. Sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah di yakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Setiap orang boleh mempunyai seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Qur'an dan Hadits

---

<sup>7</sup> Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol 9, No.1, (April 2010), h. 50-58.

sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis.<sup>8</sup>

Adapun nilai-nilai etika bisnis Islam yang menjadi prinsip dalam melakukan suatu perdagangan yang mana dapat menjadikan sebuah nilai dalam perilaku :<sup>9</sup>

- a. Prinsip Kesatuan/Ketauhidan/Keesaan, yaitu menunjukkan bahwa seorang pedagang tidak akan melalaikan dirinya dari kewajiban yang ada pada agama Islam baik perintah ataupun larangan.
- b. Prinsip Keadilan/Keseimbangan, yaitu menunjukkan bahwa seorang pedagang akan berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam perdagangannya sebagaimana Firman ALLAH SWT yang di sebutkan di dalam (QS. Al-Isra: 35) :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا



*Artinya : “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.*<sup>10</sup>

- c. Prinsip Kehendak Bebas/Kebebasan, yaitu seorang pedagang memiliki kebebasan dalam mengimplementasikan kaedah-kaedah Islam dalam perdagangan.

<sup>8</sup> Erly Juliyani, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Umum Qura*, Vol 11, No.1, (Maret 2016), h. 63-74.

<sup>9</sup> Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat IAIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2015), h. 54-63.

<sup>10</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Per Kata*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, Januari 2014), h. 285



- d. Prinsip Tanggung Jawab, yaitu seorang pedagang memiliki tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku perdagangannya. Untuk memenuhi keadilan, kebenaran dan kebebasan maka perlu adanya pertanggung jawaban atas tindakannya.
- e. Prinsip Kebajikan, yaitu menunjukkan bahwa seorang pedagang harus memiliki sikap dan perilaku yang benar yakni yang meliputi dari proses perdagangan hingga hasil dari keuntungan perdagangan yang di peroleh.

Mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam keseharian pasar juga menjadi salah satu tempat yang menjadi sasaran atas berlakunya etika karena pasar merupakan tempat kegiatan seseorang berinteraksi dalam hal perkonomian. Pasar menurut Al-Ghazali merupakan tempat bertemunya antara dua pihak yang saling berkepentingan untuk memperoleh apa yang mereka inginkan. Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah suatu produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.<sup>11</sup>

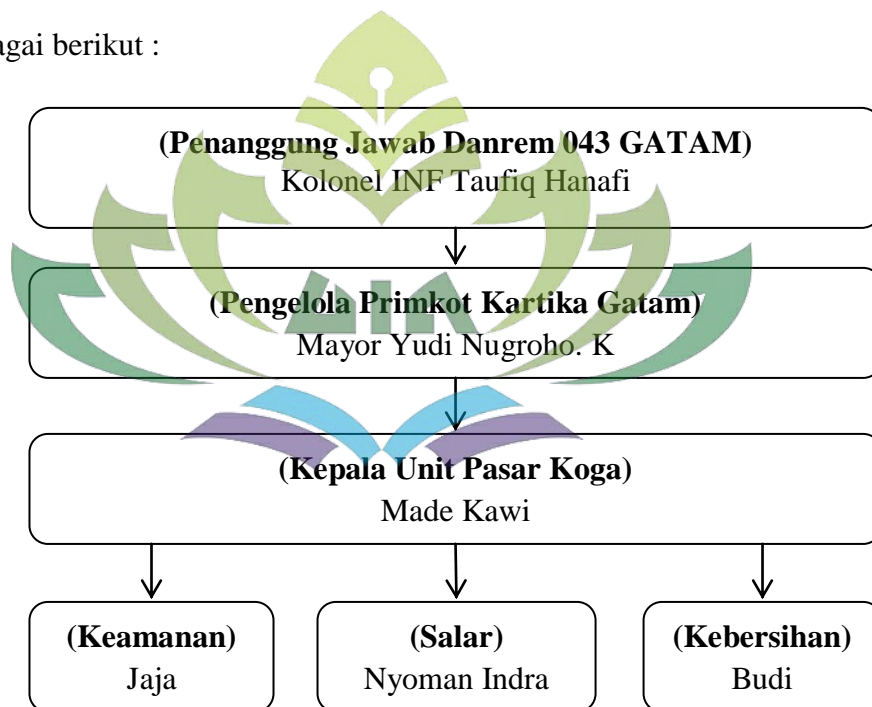
Pasar dibagi menjadi dua yakni pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional di dalamnya biasanya terdapat banyak penjual, berlangsung dengan manajemen tanpa disertai perangkat teknologi modern dan pedagang-pedagangnya cenderung lebih banyak menengah kebawah dan tersebar, baik di kampung-kampung kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan jam kerja rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumennya dan

---

<sup>11</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publising, 2010), h. 167.

pedagang dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanannya sendiri.

Pasar koga merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di tengah kota Bandar Lampung. Pasar koga berdiri sejak tahun 1984, di atas lahan milik TNI (Garuda Hitam). Kata koga merupakan singkatan dari KOREM GATAM atau KOMANDO RESORT MILITER GARUDA HITAM, pengelolaan pasar koga langsung dikelola oleh KOMANDO RESORT MILITER 043/GARUDA HITAM yakni dengan struktur pengelola sebagai berikut :



**Sumber:** Made Kawi, Kepala Unit Pengelola Pasar Koga, Bandar Lampung, 13 April 2020.

Pasar ini berdiri sejak tahun 1982 yang mana para pedaganginya adalah dari masyarakat jawa dan sumatera dengan jumlah 323 pedagang dengan sebagian 80% dari jumlah pedagang beragama Islam. Masyarakat dari suku jawa di pasar Koga berdagang hasil bumi berupa sayur mayur dan buah-

buahan atau jenis yang lainnya yang masuk dalam kebutuhan pangan, sedangkan masyarakat sumatera berdagang yang menjadi kebutuhan sandang. Pada awal itu para pedagang di pasar koga berjualan di sisi pinggir jalan dengan mendirikan bangunan semi permanen. Sejak itu mulai ramai aktivitas jual beli, melihat potensi itu dapat memajukan perekonomian di Bandar Lampung pemerintah memutuskan untuk mendirikan bangunan yang permanen kepada para pedagang pada tahun 1993 di bawah kepemimpinan Wali Kota Bandar Lampung Nurdin Muhayat.<sup>12</sup> Adapun syarat dan ketentuan yang ada di dalam pasar Koga Bandar Lampung bagi seseorang yang ingin berdagang ialah harus membayar sewa setiap di awal tahunnya dengan kebijakan harga yang telah di tentukan sesuai dengan masing-masing jenis tempat antara lain :

**Tabel 1**

NO	JENIS TEMPAT	HARGA SEWA
1	RUKO	Rp 23.000.000
2	TOKO	Rp 11.000.000
3	KIOS	Rp 6.000.000
4	EMPERAN	Rp 2.000.000

Sumber: Hasil Wawancara Kepala Unit Pengelola Pasar Koga, Bandar Lampung, 13 April 2020.

Penulis sebagai peneliti dalam hal ini termotivasi untuk melakukan penelitian sebagaimana tentang pembahasan yang telah diuraikan diatas bahwasanya pasar Koga Bandar Lampung adalah salah satu pasar yang dahulu para pedagang nya berjualan di sisi pinggir jalan kemudian karena kemajuan nya dalam aktivitas yang setiap harinya semakin ramai itu menjadi

---

<sup>12</sup> Made Kawi, Wawancara Kepala Unit Pengelola Pasar Koga dengan penulis, Bandar Lampung, 13 April 2020.

salah satu faktor penyebab pemerintah kota Bandar Lampung memutuskan untuk membuat bangunan yang permanen kepada pedagang. Melihat dari pada kemajuan pedagang dengan banyaknya aktivitas perdagangan baik sandang maupun pangan tentu akan ada berbagai macam bentuk etika dan perilaku dalam aktivitas perdagangannya, oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian mengenai penerapan etika bisnis islami terhadap perilaku pedagang kepada 72 pedagang hasil bumi yang ada di pasar Koga Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi Islam dengan berdasarkan 5 prinsip yang telah di jelaskan di atas yakni prinsip 1) ketauhidan, 2) keadilan, 3) kehendak bebas, 4) bertanggung jawab dan 5) kebajikan dengan judul : **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Muslim di Pasar Koga Bandar lampung)”**

#### **D. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan suatu penentuan titik fokus permasalahan atau membatasi suatu rumusan masalah dalam sebuah penelitian agar tidak terjadinya perluasan dalam permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini agar tidak terjadinya perluasan masalah dalam pembahasan penelitian ini akan fokus pada penerapan etika bisnis Islam dan perilaku pedagang dipasar koga yang beragama Islam.



### **E. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang bisa di ambil dari latar belakang sebagai berikut :

1. Bagaimana pemahaman etika bisnis islami pada pedagang hasil bumi di pasar Koga Bandar Lampung ?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis islami pada pedagang hasil bumi di pasar Koga Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi Islam ?

### **F. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islami oleh pedagang muslim di pasar Koga Bandar Lampung.
- b. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islami terhadap perilaku pedagang muslim di pasar Koga Bandar Lampung.

### **G. Signifikasi Penelitian**

- a. Bagi akademik, memberikan kontribusi pemikiran dalam upaya memperluas wawasan dalam bidang ekonomi Islam khususnya dalam penerapan etika bisnis Islam dalam perilaku pedagang.
- b. Bagi penyusun, penelitian ini merupakan pembelajaran dalam mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh dibangku perkuliahan dan juga untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti khususnya mengenai analisis penerapan etika bisnis islami terhadap perilaku pedagang.

- c. Bagi pedagang, diharapkan dapat menerapkan ketentuan-ketentuan etika bisnis dalam Islam, agar nantinya bisa terhindar dari kecurangan dalam melakukan perdagangan sehingga bisa mendapatkan rezeki yang baik.
- d. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan wawasan pembaca terkait masalah perilaku pedagang dilihat dari perspektif etika bisnis Islam dan sebagai referensi bagi pembaca yang tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam tentang penelitian ini.

## H. Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>13</sup> Untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan.<sup>14</sup>

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan mengungkap gejala atau fenomena secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami sebagai sumber langsung lewat keterlibatan peneliti sebagai instrumen kunci.<sup>15</sup>

#### b. Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Alfabeta, Agustus 2015), h. 3.

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), h. 112.

<sup>15</sup> Mansur Muslich, *Bagaimana Menulis Skripsi?*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), h. 9.

dikumpulkan adalah berupa kata-kata dan gambaran. Data yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dan dokumen.<sup>16</sup>

Deskriptif adalah data penelitian untuk membuat penelitian secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.<sup>17</sup>

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data.<sup>18</sup> Yaitu wawancara dengan kepala unit Pasar Koga dan Para pedagang di Bandar Lampung. Data ini adalah data utama yang penulis gunakan untuk mencari informasi dalam kegiatan perdagangan mengenai etika dan perilaku pedagang di Pasar Koga Bandar Lampung.

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data.<sup>19</sup> Beberapa sumber yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal, skripsi, buku-buku, dan e-book.

---

<sup>16</sup> Susiadi AS, *Metodologi Penelitian*, (Bandar Lampung: Fakultas Syariah, 2014), h. 3.

<sup>17</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 75.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan ....*, h.193.

<sup>19</sup> *Ibid.*

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.<sup>20</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah 72 pedagang hasil bumi di pasar Koga Bandar Lampung.

#### b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.<sup>21</sup> Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel itu yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>22</sup> Dalam menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dan Husain Umar sebagai berikut :<sup>23</sup>

Keterangan : 
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

E : Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan, sebanyak 15%.

<sup>20</sup> Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian* ....., h. 115.

<sup>21</sup> *Ibid.* h. 117.

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* ....., h. 118.

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabet, 2013), h. 308.

Berdasarkan rumusan tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{72}{1 + 72(15\%)^2} = \frac{72}{1 + 72(15\%)^2}$$

$$= \frac{72}{1 + 72(0,15)^2} = \frac{72}{1 + 1,62} = \frac{72}{2,62} = 27,49$$

Hasil dari rumus yang telah di jumlah kan diatas maka sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 27 Responden.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Tahapan yang penting dalam proses penelitian ini adalah tahapan dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang penulis gunakan dengan cara :

##### a. Observasi

Observasi adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dan observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.<sup>24</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis observasi *nonpartisipan*, dalam observasi ini penulis tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen.

##### b. Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dapat diberikan secara langsung atau melalui pos atau internet. Jenis angket atau kuesioner ada dua, yaitu tertutup dan

---

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan ....*, h. 203.

terbuka Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terbuka. Adapun pertanyaan yang akan di berikan saat melakukan penilitian dalam penelitian ini adalah mengenai : 1) Pemahaman etika bisnis islami pada pedagang hasil bumi di pasar Koga Bandar Lampung, 2) Penerapan etika bisnis islami pada pedagang hasil bumi di pasar Koga Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi Islam

#### c. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang di lakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini untuk memenuhi data yang di perlukan penulis akan melakukan wawancara kepada kepala unit pasar Koga dan seluruh pedagang yang sudah ditentukan menjadi sampel dalam penelitian di pasar Koga Bandar lampung.

#### d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat dan sebagainya.<sup>26</sup> Metode ini penulis gunakan dalam penelitian untuk mendapatkan data-data melalui dokumen-dokumen baik itu tertulis maupun tidak tertulis yang sesuai dengan keperluan dalam penelitian ini agar bisa melengkapi.

<sup>25</sup> Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta : BPPEE UII Yogyakarta, 2001), h. 62.

<sup>26</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 231.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Etika Bisnis

###### a. Pengertian Etika Bisnis

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asal kata *ethos* dalam Bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*costum*) atau karakter (*character*).<sup>27</sup> Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethics is the science of good and bad*). Etika yang baik itu mencakup :

- 1) Kejujuran (Honesty) : mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
- 2) Ketetapan (Reliability) : janjinya selalu tepat : tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
- 3) Loyalitas : setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
- 4) Disiplin : tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), h. 5.

<sup>28</sup> Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h.133.

Secara logika arti dari etika bisnis adalah penerapan etika dalam menjalankan kegiatan suatu bisnis. Tujuan bisnis yakni memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku. Bila menurut norma hukum yang tertuang secara eksplisit dalam berbagai peraturan dinyatakan tidak boleh maka para pelaku bisnis tidak boleh pula melakukannya.<sup>29</sup> Etika bisnis bukan merupakan suatu etika yang berbeda dari etika pada umumnya dan etika bisnis bukan merupakan suatu etika yang hanya berlaku di dunia bisnis. Sebagai contoh apabila ketidakjujuran dipandang sebagai perilaku yang tidak etis dan tidak bermoral, maka siapa pun dalam kegiatan usaha yang tidak jujur terhadap para pekerja, para pelanggan ataupun para pesaing, maka mereka dipandang melakukan tindakan yang tidak etis dan tidak bermoral.<sup>30</sup>

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Sedangkan titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggungjawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti

---

<sup>29</sup> Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2007), h. 3.

<sup>30</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Erlangga, 2014), h. 83.

kebebasan yang terbatas. Dengan kebebasan tersebut manusia mampu memilih antara yang baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram.<sup>31</sup>

## **b. Teori Etika Bisnis**

Pelaku usaha dapat memperoleh ilmu etika melalui teori etika, selain pengalaman dan informasi moral yang diterima dari berbagai sumber. Teori-teori etika itu antara lain :

### **1) Etika Deontologi**

Menurut teori ini beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri. Teori ini menekankan kewajiban sebagai tolak ukur bagi penilaian baik atau buruknya perbuatan manusia, dengan mengabaikan dorongan lain seperti rasa cinta atau belas kasihan.

Terdapat tiga kemungkinan seseorang memenuhi kewajibannya yaitu : karena nama baik, karena dorongan tulus dari hati nurani, serta memenuhi kewajibannya. Deontologist menetapkan aturan, prinsip dan hak berdasarkan pada agama, tradisi, atau adat istiadat yang berlaku yang menjadi tantangan

---

<sup>31</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam ....*, h. 70.

dalam penerapan deontological di sini adalah menentukan yang mana tugas, kewajiban, hak, prinsip yang didahulukan.

## 2) Etika Teologi

Teori ini mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Suatu tindakan dinilai baik jika tujuannya mencapai sesuatu yang baik atau jika konsekuensi yang ditimbulkannya baik dan berguna. Apabila kita akan memutuskan apa yang benar, kita tidak hanya melihat konsekuensi keputusan tersebut dari sudut pandang kepentingan kita sendiri. Tantangan yang sering dihadapi dalam penggunaan teori ini adalah kesulitan dalam mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam mengevaluasi semua kemungkinan konsekuensi dari keputusan yang diambil.

## 3) Etika Hak

Etika hak memberi bekal kepada pebisnis untuk mengevaluasi apakah tindakan, perbuatan dan kebijakan bisnisnya telah tergolong baik atau buruk dengan menggunakan kaidah hak seseorang. Hak seseorang sebagai manusia tidak dapat dikorbankan oleh orang lain atau statusnya. Etika hak mempunyai sifat dasar dan asasi (human rights), sehingga etika hak tersebut merupakan hak yang :

- a. Tidak dapat dicabut atau direbut karena sudah ada sejak manusia itu ada.
- b. Tidak tergantung dari persetujuan orang.
- c. Merupakan bagian dari eksistensi manusia di dunia.

#### 4) Etika keutamaan

Etika ini lebih mengutamakan pembangunan karakter moral pada diri setiap orang. Nilai moral bukan muncul dalam bentuk adanya aturan berupa larangan atau perintah, namun dalam bentuk teladan moral yang nyata dipraktekkan oleh tokoh-tokoh tertentu dalam masyarakat. Keuntungan teori ini bahwa para pengambil keputusan dapat dengan mudah mencocokkan dengan standar etika komunitas tertentu untuk menentukan sesuatu itu benar atau salah tanpa ia harus menentukan kriteria terlebih dahulu (dengan asumsi telah ada kode perilaku).<sup>32</sup>

#### c. Indikator Etika Bisnis

Dari berbagai pandangan tentang etika bisnis, beberapa indikator yang dapat dipakai untuk menyatakan apakah seseorang dan suatu perusahaan telah melaksanakan etika bisnis dalam kegiatan usahanya antara lain adalah :

---

<sup>32</sup> Erni R. Ernawan, *Busines Ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011), h. 12-14

1) Indikator etika bisnis menurut ekonomi

Apabila perusahaan atau pelaku bisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.

2) Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku

Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.

3) Indikator etika bisnis menurut hukum

Berdasarkan indikator hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seseorang pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

4) Indikator etika berdasarkan ajaran agama

Pelaku bisnis dianggap beretika bilamana dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

5) Indikator etika berdasarkan nilai budaya

Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun kelembagaan telah menyelenggarakan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada di sekitar operasi suatu perusahaan, daerah, dan suatu bangsa.



#### 6) Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu

Apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya.<sup>33</sup>

## 2. Etika Bisnis Islam

### a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Berbicara mengenai etika bisnis Islam tentu kita perlu mengetahui tentang etika dan bisnis itu sendiri. Secara bahasa etika berasal dari bahasa Yunani yakni *ethos* yang memiliki arti kebiasaan, ahklak, watak, sikap, cara berfikir. Kebiasaan dalam hal ini adalah kebiasaan baik atau kebiasaan buruk. Dalam kepustakaan, umumnya, kata etika di artikan sebagai ilmu. Sedangkan secara terminologis etika berarti pengetahuan yang membahas baik-buruk atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia.<sup>34</sup>

Bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, mengembangkan kata dasar busy yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara luas pengertian bisnis adalah sebagai suatu kegiatan yang di lakukan oleh (individu, kelompok dan masyarakat) untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan

<sup>33</sup> *Ibid.* h. 31

<sup>34</sup> Ahmad Hulaimi, “Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No 1, UIN Imam Bonjol Padang, (Januari-Juni 2017), h. 20.

kehidupannya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi, baik barang maupun jasa secara efektif dan efisien. Sedangkan bisnis Islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi cara perolehan dan cara pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).<sup>35</sup>

Etika Islam didasarkan atas prinsip secara sederhana mempelajari etika bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada. Moralitas disini, sebagaimana disinggung diatas berarti : aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan adjective di atas ditambah dengan halal-haram, sebagaimana yang disinyalir oleh Husein Sahatah, di mana beliau memaparkan sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan *dhawabith syariyah* (batasan Syariah).<sup>36</sup>

Jadi etika bisnis Islam adalah aqidah islamiyah, menerangkan bahwa Islam adalah agama dan sekaligus ideologi sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan tanpa kecuali, termasuk Ekonomi.<sup>37</sup> Selain itu Etika juga merupakan sistem hukum dan moralitas yang komprehensif dan meliputi seluruh wilayah kehidupan manusia

<sup>35</sup> Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam ....*, h. 5

<sup>36</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam ....*, h. 70-71.

<sup>37</sup> *Ibid.* h. 35.

Didasarkan pada sifat keadilan syariah bagi umat Islam berfungsi sebagai sumber serangkaian kriteria untuk membedakan mana yang benar (haq) dan mana yang buruk (batil). Dengan menggunakan syariah bukan hanya membawa individu dekat dengan Tuhan tetapi juga memfasilitasi terbentuknya masyarakat yang adil yang di dalamnya individu mampu merealisasikan potensinya dan kesejahteraan bagi semua.<sup>38</sup>

#### **b. Fungsi Etika Bisnis Islami**

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis islami, antara lain :<sup>39</sup>

- 1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- 3) Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis

---

<sup>38</sup>Alwiyah, "Peningkatan Etika Kerja Islam terhadap Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja (Studi Kasus pada Staf Auditor Kantor Akuntan Publik Kota Semarang)", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 7, UIN Walisongo, (Oktober 2016), h. 31.

<sup>39</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 76.

modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah.

### c. Prinsip – prinsip Etika Bisnis Islami

Prinsip adalah suatu kebenaran yang menjadi dasar atas berfikir, bertindak dan keyakinan. Adapun yang menjadi prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam sebagai berikut :

#### 1) Prinsip Unity (*Tauhid*)

Prinsip tauhid berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.<sup>40</sup> Karena Allah SWT mempunyai sifat Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.<sup>41</sup> Dengan demikian prinsip ini akan menjadikan seseorang memiliki rasa khawatir ketika akan melakukan sesuatu yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadits.

#### 2) Prinsip Keseimbangan (*Keadilan/ Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.<sup>42</sup> Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada

<sup>40</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* ...., h. 89.

<sup>41</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* ...., h. 13.

<sup>42</sup> Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 15-16.

pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.<sup>43</sup>

### 3) Pinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiar/Free will*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.<sup>44</sup>

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya

<sup>43</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam ....*, h. 91.

<sup>44</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h. 56.

batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak dipasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya.<sup>45</sup> Meskipun demikian berkehendak bebas dalam melakukan perdagangan tetap harus dalam lingkup aturan yang ada pada Islam.

#### 4) Prinsip Bertanggung Jawab (*Responsibility*)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya.<sup>46</sup>

Dalam dunia bisnis pertanggung jawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas

---

<sup>45</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam ...*, h. 94.

<sup>46</sup> Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami ...*, h. 40.



apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggung jawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.<sup>47</sup>

##### 5) Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Kebajikan artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat.<sup>48</sup> Dalam konteks perdagangan kebajikan yang dimaksudkan ialah sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Kebajikan dalam perdagangan ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam perdagangan.

---

<sup>47</sup>*Ibid.* h. 41.

<sup>48</sup>Yoni Hermawan, H. Oman Roesman, "Perilaku Pedagang Sayur Dalam Mengelola Kebersihan Lingkungan Hidup", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No. 2, (Agustus 2008), h. 186-195.

#### **d. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam**

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah dalam (QS. An Nisa' : 29) :

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan.

Bentuk kejujuran dalam sebuah bisnis adalah seorang pebisnis harus komitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam jual belinya, dan mengangkat

derajatnya disurga ke derajat para nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid.<sup>49</sup>

#### e. Etika Bisnis Rasulullah

Adapun etika bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dalam melakukan perdagangannya sebagai berikut :

##### 1) Jujur (*Shiddiq/benar*)

Dalam menjalankan suatu bisnis pedagang wajib berlaku jujur. Jujur mempunyai arti tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Mengapa dalam berbisnis harus jujur? Karena tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam melakukan bisnis juga akan membawa pengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga seorang pebisnis itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan yang seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat secara luas.<sup>50</sup>

Berperilaku jujur dalam menjalankan bisnis sudah jelas dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW ketika beliau berdagang. Ia melakukan pekerjaannya tersebut dengan penuh kejujuran dan keadilan, beliau juga tidak memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengeluh. Alhasil sikap yang telah

---

<sup>49</sup> Asyraf Muhammad Dawwah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, (Semarang : Pustaka nuun, 2008), h.58.

<sup>50</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam ...*, h.153.

ditunjukkan olehnya sangat penting dijadikan tauladan bagi pebisnis, maupun pedagang di era sekarang ini.<sup>51</sup>

Sebagaimana firman Allah SWT dalam (QS. Al Muthafifin : 1-3) dan (QS. Al An'am : 152) :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya : “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang).<sup>52</sup> (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi.<sup>53</sup> Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”.<sup>54</sup>

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا  
الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا تَكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ  
فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۚ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْكُمْ بِهِ  
لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya : “Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah, yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat, maksudnya mengatakan yang Sebenarnya meskipun merugikan kerabat sendiri, maksudnya penuhilah segala perintah-perintah-Nya.”<sup>55</sup>

<sup>51</sup> Ibid.h. 155-156.

<sup>52</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Per Kata* ...., h. 587

<sup>53</sup> Ibid.

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Ibid.h. 149.

Ayat tersebut menjelaskan bahwasanya berperilaku jujur sangatlah penting dalam suatu perdagangan yang mana berperilaku jujur adalah upaya menyelamatkan dari adanya perilaku curang terhadap perdagangan karena perilaku curang merupakan ciri dari seseorang telah mencelakakan dirinya sendiri. Adapun hadits yang menjelaskan bahwa Rasulullah Muhammad SAW melarang untuk umat Islam melakukan penipuan dengan memiliki alasan apapun :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَاءً فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ . قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ . قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَى يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي (رواه البخاري مسلم)

Artinya : “Dari Abu Hurairrah, Rasulullah Saw. Lewat di pasar yang menjual makanan, Rasulullah Saw. memasukkan jarinya ke tumpukan makanan yang dijual, dan di dalam terasa basah. Rasulullah Saw. bertanya kepada pemilik dagangan: Kenapa ini? Pemilik dagangan menjawab: Dagangannya terkena hujan. Lalu Rasulullah Saw. bersabda kenapa kamu tidak meletakkan bagian yang basah di atas, sehinggadapat terlihat oleh pembeli? Lalu Rasulullah Saw. bersabda: siapa yang menipu, maka tidak termasuk golongan kami.”(HR. Bukhari Muslim).<sup>56</sup>

Hadits di atas menjelaskan bahwasanya seorang pedagang ketika melakukan suatu penipuan di dalam perdagangannya maka seorang itu bukan lagi berasal dari golongan umatnya Rasulullah yakni golongan umat Islam.

<sup>56</sup> Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, *Syarah Hadis Pilihan Bukhari Muslim*, (Jakarta : Darul Falah, 2002), h. 58

## 2) Amanah (*Tanggung jawab*)

Sikap amanah merupakan rasa tanggung jawab seorang pedagang dalam melakukan perdagangannya. Bagi seorang pedagang memiliki sikap amanah sangat penting, karena memiliki sikap amanah merupakan salah satu bagan penting bagi seorang pedagang agar terhindar dari tidak menepatinya janji yang sudah dilakukan saat akan melakukan transaksi. Biasanya hal ini terjadi ketika seorang pedagang membatalkan perjanjiannya karena mendapat informasi bahwa barang yang akan dijual naik harganya sehingga seorang pedagang akan melakukan penimbunan barang kemudian kembali di jual setelah benar - benar harga barang tersebut naik dan ada juga seorang pedagang yang menjualkan barang pesanan pembeli yang sudah di janjikan, kepada pembeli yang lainnya.

Seorang muslim profesional haruslah memiliki sifat amanah yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Sebagaimana firman Allah SWT dalam (QS. Al Ahzab : 72) dan (QS. An Nisaa' : 58) :

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ  
تَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٥٨﴾

Artinya : “Sesungguhnya kami Telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh

manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zalim dan amat bodoh, yang dimaksud dengan amanat di sini ialah tugas-tugas keagamaan”.<sup>57</sup>

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا



Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat”.<sup>58</sup>

Jika di lihat dari apa yang telah di jelaskan dari ayat tersebut maka dalam menjalankan roda bisnis, setiap pebisnis harus adil dan bertanggung jawab atas apa yang telah di lakukan didalam bisnisnya tersebut. Usaha bisnis merupakan suatu pekerjaan yang mulia sekali, lantaran tugasnya antara lain memenuhi kebutuhan seluruh anggota masyarakat akan barang atau jasa untuk kepentingan hidup dan kehidupannya.<sup>59</sup>

### 3) Fathanah (Cerdas)

Fathanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya,

<sup>57</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Per Kata* ...., h.427.

<sup>58</sup> *Ibid.* h. 87.

<sup>59</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*...., h. 156.



fathanah dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. Sifat fathanah dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia. Cerdas tidaknya seseorang itu tidak hanya dilihat dari pendidikan formalnya, tetapi juga bisa dilihat dari dimensi lain yang sering lebih menentukan. Yakni bukan hanya kecerdasan intelektual tapi juga kecerdasan emosional dan kecerdasan spritual seperti kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya (banif) dan memiliki pola pemikiran tauhid (integralistik) serta berprinsip hanya karena Allah.<sup>60</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam (QS. Al-Maa-idah : 8) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat*

---

<sup>60</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), h. 12.

*kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*<sup>61</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa seorang pedagang ketika akan melakukan transaksi perdagangan tidak cukup dengan hanya memiliki kecerdasan intelektual saja akan tetapi, seorang pedagang juga harus memiliki kecerdasan spritual yang mana itu memiliki nilai-nilai yang mampu mengarahkannya kepada jalan Taqwa karena Allah mengetahui apa yang hamba-Nya kerjakan.

#### 4) Tabligh (*Komunikatif*)

Tabligh secara harfiah artinya menyampaikan sesuatu apa adanya tanpa ditutup-tutupi. Dalam konteks bisnis, pemahaman tabligh bisa mencakup argumentasi dan komuikasi. Penjual hendaknya mampu mengkomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat, baik media yang di gunakan, segmentasi pasar, target daya beli dan lain sebagainya yang di berkaitan dengan pemasaran. Dengan sifat tabligh, seseorang pebisnis di harapkan mampu menyampaikan keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran serta mampu memberikan pemahaman tentang bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.<sup>62</sup>

Nabi Muhammad SAW di karuniai memiliki sifat tabligh untuk menyampaikan apa yang menjadi perintah oleh Allah SWT

<sup>61</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Per Kata* ...., h. 108.

<sup>62</sup> Muhammad Syafii Antonio, Tim Tazkia, *Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager"*, Bisnis dan Kewirausahaan, (Jakarta:Tazkia Pubhlishing, 2012), h. 47.

kepada umatnya dengan tidak mengurangi sedikit pun perintah yang di terimanya. Sikap Tabligh nilai dasarnya adalah komunikatif dan nilai bisnisnya adalah supel.<sup>63</sup>

### 3. Perilaku Pedagang

#### a. Pengertian Perilaku Pedagang

Perilaku memiliki pengertian yang cukup luas, sehingga mencakup segenap pernyataan atau ungkapan, artinya bukan hanya sekedar perbuatan melainkan juga kata-kata, ungkapan tertulis dan gerak gerik, isyarat yang berupa gerakan badan, mimik bibir, raut bentuk muka, juga dapat sebagai suatu perilaku. Jadi perilaku adalah segala tindakan yang dijalankan oleh tubuh. Adapun bentuk perilaku dibagi menjadi dua bagian :

- 1) Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respon atau stimulus masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, atau kesadaran dan sikap yang terjadi belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.
- 2) Perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap

---

<sup>63</sup> Nafiuddin, "Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah" *Jurnal Bisnis*, Vol.6, No.2, Institut Agama Islam Shalahuddin al Ayubbi Bekasi, (Desember 2018), h. 118.

stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek.<sup>64</sup>

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.<sup>65</sup> Adapun pengertian dari perilaku pedagang adalah tindakan atau aktivitas pedagang yang menjual, mengganti dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Perilaku pedagang bisa meliputi berbagai aspek kegiatan, di antaranya adalah dengan meliputi bagaimana cara berdagang, sikap apa yang ditunjukkan dalam berdagang, dan strategi apa saja yang dilakukan di dalam berdagang. Pola-pola tersebut tentu sangat berkaitan dengan bentuk bentuk perilaku, serta faktor faktor apa saja yang mempengaruhi dalam perilaku berdagang.<sup>66</sup>

#### **b. Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang**

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang sebagai berikut :

##### **1) Takaran Timbangan**

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi.

---

<sup>64</sup> Alvi Musa Muzaiyin, “Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Qawanin*, VOL. 2, No. 1, (Januari 2018), h. 73-74.

<sup>65</sup> Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media, 2014), h. 231.

<sup>66</sup> Alvi Musa Muzaiyin, “Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Qawanin*, VOL. 2, No. 1, (Januari 2018), h. 74.

Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.

## 2) Kualitas Barang/Produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>67</sup>

## 3) Keramahan

Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain.<sup>68</sup>

## 4) Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada penjual apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang

<sup>67</sup> Nirma Kurriawati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No.1, (Maret 2015), h. 48.

<sup>68</sup> Zaim Uchrowi, *Karakter Pancasila Membangun Pribadi dan Bangsa Bermartabat*, (Jakarta: PT Balai Pustaka, 2012), h. 68.

tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak *over-promised under delivered* terhadap janji-janjinya.<sup>69</sup>

#### 5) Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan.<sup>70</sup>

### 4. Pasar

#### a. Pengertian Pasar

Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Di dalam pasar terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.<sup>71</sup>

Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar (dan melakukan tempat bagi penawaran dan permintaan) sehingga dengan demikian terbentuk harga. Pengertian pertama biasanya disebut dengan

<sup>69</sup> Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2008), h. 44.

<sup>70</sup> Al Bara, "Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi", *Jurnal Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, (Mei 2016), h. 248.

<sup>71</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2013), Cet. Ke- 9, h. 169.

pengertian konkret, sedangkan pengertian yang kedua disebut sebagai pengertian yang abstrak.

## **b. Jenis-jenis pasar**

### **1) Pasar tradisional**

Pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.

Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan untuk ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut :

a) Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.



- b) Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- c) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
- d) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau Negara.

## 2) Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti;

buah, sayuran, daging. Sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Ciri-ciri pasar modern adalah :<sup>72</sup>

- a) Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja (*contoh : by online*).
- b) Alat pembayaran bisa non tunai (*transfer*).
- c) Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung.
- d) Pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisa menawar,
- e) Harga sudah tertera dan diberi *barcode*.
- f) Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama.
- g) Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (*swalayan*).
- h) Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik panas matahari.
- i) Tempat bersih.
- j) Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang.
- k) Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke cashir dan tidak ada tawar menawar lagi.

---

<sup>72</sup> Nel Arianty, Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 13 no. 01 April 2013 ISSN 1693-7619, h. 18

## B. Tinjauan Pustaka

Mengenai penelitian penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan menggunakan variabel-variabel penelitian yang berbeda, adapun penelitian yang telah penulis ringkas dari hasil penelitian yang sebelumnya sebagai berikut :

1. Penulis, Heri Irawan pada tahun 2017. Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako di pasar sinjai.<sup>73</sup> Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang sembako yang menerapkan etika bisnis Islami dalam perdagangannya tentu akan memiliki perilaku yang amanah sebagaimana halnya mereka tidak menimbun barang, selain itu amanah yang dilakukan dalam perdagangan ini dengan tidaknya melanggar perjanjian/menepati janjinya kepada pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perilaku tersebut karena telah diterapkannya etika bisnis Islam perdagangannya.
2. Penulis, Evi Susanti pada tahun 2017. Penerapan etika bisnis Islam dalam usaha mebel di cv jati karya Palembang.<sup>74</sup> Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang bisa dilihat dari penerapan etika bisnis Islam dalam jual belinya ialah dari perilaku kejujurannya, tepat janji, amanah, murah hati, dan berzakat. Dari indikator-indikator yang ada pada etika bisnis Islam yang diterapkan dalam usaha mebel cv jati karya tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku yang ditunjukkan dalam

---

<sup>73</sup> Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai", (Skripsi, Pascasarjana UIN ALAUDDIN, Makassar, 2017).

<sup>74</sup> Evi Susanti, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV Jati Karya Palembang", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, Palembang, 2017)

transaksi jual belinya adalah perilaku sebagaimana yang ada dalam ajaran Islam.

3. Penulis, Nana Rusdiana pada tahun 2016. Etika bisnis pedagang ikan di pasar besar kota Palangka raya perspektif ekonomi Islam.<sup>75</sup> Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pedagang ikan laut di pasar besar kota Palangka raya dalam melakukan transaksinya masih ada yang melakukan kesalahan jika di kaitkan dengan etika berbisnis dalam Islam seperti tidak adil dalam melakukan timbangan, melakukan sumpah palsu dalam menawarkan ikan dengan mengatakan kondisi ikan yang bagus padahal tidak, dan melakukan unsur pemaksaan kepada si pembeli.
4. Penulis, Yeni Gustiarni pada tahun 2015. Analisis etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang kaki lima di pasar panaroma kota Bengkulu.<sup>76</sup> Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku yang di lakukan oleh pedagang kaki lima di pasar panaroma kota Bengkulu tidak sesuai dengan apa yang di ajarkan dalam Islam jika di kaitkan pada etika bisnis Islam. Mereka berdagang di tempat yang dilarang seperti di trotoar jalan sehingga mengganggu aktivitas para pejalan kaki, tidak jujur dalam hal timbangan/mengelola makanan, bahkan saat waktu shalat mereka para pedagang tidak mengerjakan shalat dengan masih melakukan aktivitas perdagangannya.

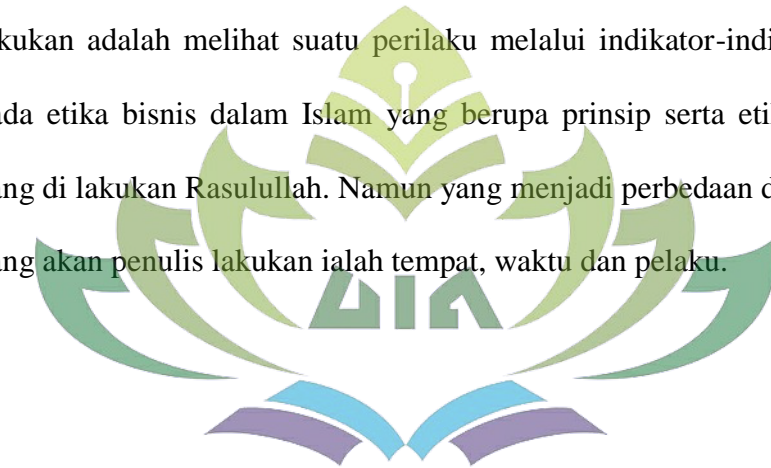
---

<sup>75</sup> Nana Rusdiana, "Etika Bisnis Pedagang Ikan di Pasar Besar Kota Palangka Raya Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka raya, Kalimantan tengah, 2016).

<sup>76</sup> Yeni Gustiarni, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Panaroma Kota Bengkulu", (Skripsi, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN, Bengkulu, 2015).

5. Sidqi Amalia Izzati, pada tahun 2015. Penerapan etika bisnis Islam di Boombu hot resto Tegal.<sup>77</sup> Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Boombu hot resto memiliki perilaku yang baik jika di lihat melalui perspektif etika bisnis Islam karena tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran, berkomunikasi dengan ramah dan tidak menjual produk yang di larang dalam Islam.

Dari ke lima penelitian terdahulu yang telah penulis uraikan di atas dapat di jelaskan bahwa persamaan dalam penelitian yang akan penulis lakukan adalah melihat suatu perilaku melalui indikator-indikator yang ada pada etika bisnis dalam Islam yang berupa prinsip serta etika bisnis Islam yang di lakukan Rasulullah. Namun yang menjadi perbedaan dalam penelitian yang akan penulis lakukan ialah tempat, waktu dan pelaku.



---

<sup>77</sup> Sidqi Amalia Izzati, "Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal", (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo, Semarang, 2015).

## DATAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam. *Syarah Hadis Pilihan Bukhari Muslim*, Jakarata: Darul Falah, 2002.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003.
- Amalia, Euis. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Gramata Publising, 2010.
- Anoraga, Pandji. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Bina Aksara, 2006.
- . *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah Per Kata*, Bekasi: Cipta Bagus Segara, Januari 2014.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Issa Beekum, Rafik. *Etika Bisnis Islami* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Khoiruddin. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat IAIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2015.
- Marzuki. *Metodologi Riset*, Yogyakarta : BPEE UII Yogyakarta, 2001.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Muhammad Dawwah, Asyraf. *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, Semarang : Pustaka nuun, 2008.
- Muhammad Syafii Antonio, Tim Tazkia. *Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager"*, Bisnis dan Kewirausahaan, Jakarta:Tazkia Pubhlishing, 2012.

- Muslich, Mansur. *Bagaimana Menulis Skripsi?*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009.
- Petter Salim, Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Perss, 1991.
- Pius A Partanto, M. Dahlan Al Barry. *Kamus Ilmiah Populer Arkola*, Surabaya: 2010.
- Prawirosentono, Suyadi. *Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta : Bumi Aksara, 2007.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII. *Ekonomi Islam* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- R. Ernawan, Erni. *Busines Ethics*, Bandung : Alfabeta, 2011.
- Solihin, Ismail. *Pengantar Bisnis*, Jakarta : Erlangga, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabet, 2013.
- . *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: CV Alvabet, Agustus 2015.
- Sujatmiko, Eko. *Kamus IPS*, Surakarta: Aksara Sinergi media, 2014.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Susiadi AS, *Metodologi Penelitian*, Bandar Lampung: Fakultas Syariah, 2014.
- Uchrowi, Zaim. *Karakter Pancasila Membangun Pribadi dan Bangsa Bermartabat*, Jakarta: PT Balai Pustaka, 2012.
- Widjadja Tandjung, Jenu. *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, Jakarta : Elex Media Komputindo, 2008.

## **Jurnal**

- Al Bara. Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi, *Jurnal Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, Mei 2016.
- Alwiyah. Peningkatan Etika Kerja Islam terhadap Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 7, UIN Walisongo, Oktober 2016.
- Hulaimi, Ahmad. Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No 1, UIN Imam Bonjol Padang, Januari-Juni 2017.



Juliyani, Erly. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Umum Qura*, Vol 11, No.1 Maret 2016.

Kurriawati, Nirma. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No.1, Maret 2015.

Muzaiyin, Alvi Musa. Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam, *Jurnal Qawanin*, VOL. 2, No. 1, Januari 2018.

Nafiuddin. Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah *Jurnal Bisnis*, Vol.6, No.2, Institut Agama Islam Shalahuddin al Ayubbi Bekasi, Desember 2018.

Nawatmi, Sri. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol 9, No.1, April 2010.

Yoni Hermawan, H. Oman Roesman. Perilaku Pedagang Sayur Dalam Mengelola Kebersihan Lingkungan Hidup, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 8, No. 2, Agustus 2008.

### **Skripsi**

Gustiarni, Yeni. *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Panaroma Kota Bengkulu*, Skripsi, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN, Bengkulu, 2015.

Irawan, Heri. *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai*, Skripsi, Pascasarjana UIN ALAUDDIN, Makassar, 2017.

Rusdiana, Nana. *Etika Bisnis Pedagang Ikan di Pasar Besar Kota Palangka Raya Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka raya, Kalimantan tengah, 2016.

Susanti, Evi. *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV Jati Karya Palembang*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, Palembang, 2017.

Sidqi Amalia, Izzati. *Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo, Semarang, 2015.

### **Wawancara**

Made Kawi, Wawancara Kepala Unit Pengelola Pasar Koga dengan penulis, Bandar Lampung, 13 April 2020.